

IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI  
PT. GRAHA CENDANA ABADI MITRA SURABAYA

SKRIPSI



Oleh :

Septriana Alatifu Leksana  
NPM. 0743010164

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2011

**IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI  
PT. GRAHA CENDANA ABADI MITRA SURABAYA**

**Oleh :  
SEPTRIANA ALATIFU LEKSANA  
NPM. 07 43010 164**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 13 Juni 2011**

**PEMBIMBING**

**Ir. H. Didiek Tranggono, Msi  
NIP. 19581225 199001 1 00 1**

**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**

**Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si  
NIP. 19581225 199001 1 00 1**

**2. Sekretaris**

**Dra. Sumardijjati, M.Si  
NIP. 19620323 199309 2 00 1**

**3. Anggota**

**Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 19641225 199309 2 00 1**

**Mengetahui**

**DEKAN**

**Dra. Hj. SUPARWATI, M.Si  
NIP. 19550718 198302 2 00 1**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul **“IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PT. GRAHA CENDANA ABADI MITRA SURABAYA”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bpk. Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril. Spiritual maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Juwito, S.sos, Msi, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan waktu pada penulis dalam penulisan skripsi penelitian ini.
4. Keluarga penulis Bapak, Ibu serta adik terima kasih atas dan dukungan, bantuan dan doanya.

5. Seseorang yang penulis sayangi Dwy Prasetyo, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan masukan-masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua teman-temanku angkatan 2007 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
7. Buat sahabat-sahabatku terima kasih atas dukungan dan bantuannya.

Semoga Allah Swt melimpahkan rahmat serta karuniaNya atas jasa-jasa yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materiil.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini akan ditemukan banyak kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, Mei 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

		Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i	
HALAMAN PERSTUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii	
KATA PENGANTAR.....	iv	
DAFTAR ISI.....	v	
DAFTAR TABEL.....	vi	
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii	
ABSTRAKSI.....	ix	
BAB I PENDAHULUAN		
Latar Belakang Masalah.....	1	
Rumusan Masalah.....	4	
Tujuan Penelitian.....	4	
Manfaat Penelitian.....	6	
BAB II KAJIAN PUSTAKA		
2.1. Landasan Teori.....	5	
2.1.1. Organisasi.....	5	

2.1.1.1.	Defin
isi Organisasi.....	5
2.1.1.2.	Kary
awan .....	7
2.1.1.3.	Tujua
n Ikut dalam Organisasi.....	9
2.1.2.	Kom
unikasi Organisasi.....	10
2.1.2.1.	Peng
ertian Komunikasi Organisasi.....	10
2.1.2.2.	Jarin
gan Komunikasi.....	12
2.1.2.3.	Arus
Informasi Dalam Organisasi.....	13
2.1.2.4.	Kebij
akan Komunikasi.....	14
2.1.2.5.	Kom
unikasi Organisasi yang Efektif.....	15
2.1.3.	Iklim
Komunikasi Organisasi.....	16
2.1.3.1.	Iklim
Organisasi.....	16
2.1.3.2.	Iklim
Komunikasi.....	20

2.1.3.3.	Ikl	
Komunikasi Organisasi.....		24
2.1.3.4.	Fakto	
r-Faktor Iklim Komunikasi Organisasi.....		24
2.1.3.5.	Kepu	
asan Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja.....		26
2.1.3.6.	Hubu	
ngan Komunikasi Organisasi dengan Kepuasan Kerja.....		29
2.1.3.7.	Impli	
kasi Iklim Komunikasi Organisasi terhadap Pengembangan Karier.....		31
2.2.	Kera	
ngka Berpikir.....		34

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Defin	
isi Operasional Variabel.....		37
3.2.	Popul	
asi dan Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....		44
3.3.	Tekni	
k Pengumpulan Data.....		45
3.4.	Teknik Analisis Data.....	
		47

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

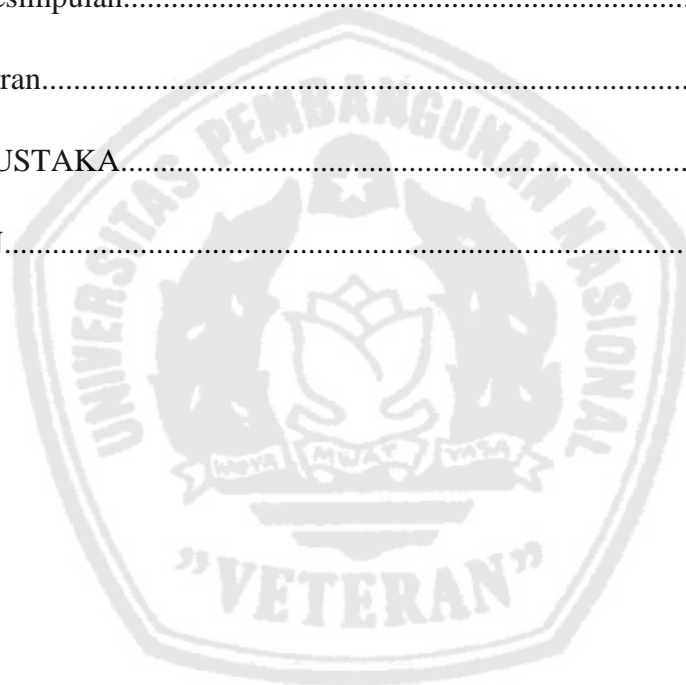
4.1.1. Latar Belakang Perusahaan.....	51
4.1.2. Struktur Organisasi.....	53

#### 4.2. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden.....	54
2. Deskripsi Indikator Iklim Komunikasi Organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra.....	
a. Deskriptif Tentang Kepercayaan.....	57
b. Deskriptif Tentang Pembuatan Keputusan Bersama.....	62
c. Deskriptif Tentang Kejujuran.....	67
d. Deskriptif Tentang Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah.....	73
e. Deskriptif Tentang Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas.....	80
f. Deskriptif Tentang Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi.....	83
3. Deskripsi Iklim Komunikasi Organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Secara Umum	
a. Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	89
b. Deskriptif Variabel Pembuatan Keputusan Bersama..	91
c. Deskriptif Variabel Kejujuran.....	92
d. Deskriptif Variabel Keterbukaan Dalam Komunikasi	93



Ke Bawah.....	94
e. Deskriptif Variabel Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah.....	95
f. Deskriptif Variabel Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi.....	96
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	102



## DAFTAR TABEL

Tebel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	55
Tabel 4.5	Atasan Memiliki Kepercayaan Yang Tinggi Kepada Bawahan.....	57
Tabel 4.6	Bawahan Memiliki Kepercayaan Yang Tinggi Kepada Atasan.....	58
Tabel 4.7	Karyawan Percaya Kepada Rekan Kerja.....	59
Tabel 4.8	Terdapat Rasa Saling Percaya Di Antara Orang-Orang Dalam Kelompok Kerja.....	60
Tabel 4.9	Personel Di Semua Tingkat Berkomunikasi Dan Berkonsultasi Mengenai Kebijakan Organisasi Yang Relevan Dengan Kedudukan Mereka.....	62
Tebel 4.10	Banyak Ruang Komunikasi Yang Tersedia Untuk Berkonsultasi Dengan Tingkat Manajemen Yang Berada Di Karyawan...	64
Tabel 4.11	Terdapat Dukungan Organisasi Atas Perbedaan Pendapat..	66
Tabel 4.12	Atasan Memiliki Kejujuran Yang Tinggi Kepada Bawahan.....	67
Tabel 4.13	Bawahan Memiliki Kejujuran Yang Tinggi Kepada Atasan.....	69
Tabel 4.14	Karyawan Jujur Kepada Rekan Kerjanya.....	70
Tabel 4.15	Terdapat Kejujuran Di Antara Orang-Orang Dalam Kelompok Kerja.....	71
Tabel 4.16	Semua Personel Dapat Menerima Informasi Yang Meningkatkan Kemampuan Mereka.....	73
Tabel 4.17	Keterusterangan Meliputi Hubungan Antarpersona.....	75

Tabel 4.18	Semua Personel Dapat Mengatakan Isi Pikiran Mereka.....	76
Tabel 4.19	Semua Personel Mudah Memperoleh Informasi Yang Berkaitan Langsung Dengan Pekerjaan Mereka.....	78
Tabel 4.20	Atasan Mendengarkan Dan Berpikiran Luas Mengenai Semua Saran Atau Laporan Yang Diajukan.....	80
Tabel 4.21	Informasi Yang Diterima Dari Bawahan Dipandang Cukup Penting Oleh Atasan.....	82
Tabel 4.22	Semua Personel Menunjukkan Komitmen Terhadap Tujuan Berkinerja Tinggi.....	84
Tabel 4.23	Terdapat Perhatian Yang Serius Kepada Kesejahteraan Semua Personel.....	85
Tabel 4.24	Terdapat Pertukaran Informasi Di Antara Kelompok Berbeda Untuk Peningkatan Kemampuan Penyelesaian Masalah.....	87
Tabel 4.25	Variabel Kepercayaan.....	89
Tabel 4.26	Variabel Kejujuran.....	91
Tabel 4.27	Variabel Pembuatan Keputusan Bersama.....	92
Tabel 4.28	Variabel Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah.....	93
Tabel 4.29	Variabel Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas.....	94
Tabel 4.30	Variabel Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi.....	95

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Pertanyaan (Kuesioner).....	102
Lampiran 2.	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden.....	110
Lampiran 3.	Rekapitulasi Skoring Hasil Jawaban Responden.....	114



## **ABSTRAKSI**

### **SEPTRIANA ALATIFU LEKSANA, IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PT. GRAHA CENDANA ABADI MITRA SURABAYA.**

Penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui bagaimanakah iklim komunikasi organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya. Iklim komunikasi organisasi merupakan persepsi-persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi dalam organisasi. Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan dari bagian produksi dapat diketahui ada beberapa pegawai mengeluhkan pekerjaan secara informal: sikap mandor yang meremehkan pendapat dari karyawan, seperti mengenai usulan desain tas baru dari karyawan: dan kekurangtelitian mandor dalam membaca surat order yang diberikan oleh divisi produksi mengenai perlengkapan koper atau asesoris koper sehingga sering terjadi gagal produk: dan hubungan yang kurang harmonis antara divisi EVA dan divisi jahit sehingga kalau terjadi kesalahan tidak ada yang mau disalahkan. Dalam pelaksanaan operasionalnya seringkali ditemukan beberapa masalah yang mengganggu hubungan komunikasi di perusahaan. Masalah tersebut di antaranya kurangnya pendekatan pimpinan terhadap karyawan di kantor.

Dalam penelitian ini iklim komunikasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya dijabarkan menjadi 6 variabel berdasarkan Pave (2000:154) yaitu kepercayaan, pembuatan keputusan bersama, kejujuran, keterbukaan dalam komunikasi ke bawah, mendengarkan dalam komunikasi ke atas, dan perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi.

Adapun data diolah berdasarkan data primer hasil penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 115 orang karyawan PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya. Dari data tersebut kemudian dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui respon para karyawan terhadap iklim komunikasi organisasi. Iklim komunikasi organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya dapat dijabarkan menjadi 6 variabel, yang masing-masing variabel dijabarkan lagi menjadi beberapa indikator.

Dari hasil analisis, dapat diketahui bahwa variabel Kepercayaan mempunyai kategori sedang, variabel Keputusan Bersama pada kategori tinggi, variabel Kejujuran pada kategori tinggi, variabel Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah pada kategori sedang, variabel Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas pada kategori tinggi, dan variabel Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja

Tinggi pada kategori sedang. Dapat dilihat pada analisis indikator penelitian bahwa iklim komunikasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya kurang baik. Dapat dilihat pada analisis indikator penelitian bahwa : masih adanya kesenjangan antara atasan dan bawahan, bawahan tidak mau mengungkapkan permasalahan yang dihadapinya kepada atasan mereka, serta karyawan juga belum sepenuhnya memberikan kualitas kerja sesuai dengan tujuan perusahaan karena masih adanya batasan-batasan untuk berimprovisasi sehingga perkembangan perusahaan juga akan terhambat.

Saran yang diberikan untuk pihak manajemen sebagai atasan dari karyawan hendaknya dapat meningkatkan komunikasi baik dalam hal pekerjaan maupun diluar pekerjaan, dengan demikian akan dapat terjalin hubungan yang baik dan harmonis antara pihak manajemen dengan karyawan

Kesimpulannya adalah berdasarkan hasil analisis mengenai iklim komunikasi organisasi yang dilihat dari pola perilaku komunikasi yang meliputi dialogis, interaksional dan kolektif diperoleh hasil bahwa masih banyak kekurangan dalam berkomunikasi antara atasan dan bawahan, karena dengan adanya kemampuan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikasi itulah, maka bentuk komunikasi antarpribadi seringkali dipergunakan untuk melancarkan komunikasi persuasif yaitu suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan.

Kata Kunci : iklim komunikasi organisasi, PT. Graha Cendana Abadi Mitra

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia yang ada di dunia ini, tidak mungkin dapat terlepas dari kehidupan berkelompok atau berorganisasi. Hal ini dikarenakan, manusia diciptakan oleh Tuhan sebagai makhluk sosial yang tidak mungkin dapat hidup seorang diri. Dalam menjalani kehidupan berorganisasi tersebut, manusia yang satu dengan yang lainnya saling berinteraksi. Interaksi yang dilakukannya melalui komunikasi, baik secara verbal maupun non-verbal, baik lisan maupun tulisan.

Komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi disebut dengan komunikasi organisasi. Adapun tujuan komunikasi dalam organisasi adalah untuk membentuk saling pengertian (*mutual understanding*) sehingga terjadi kesetaraan kerangka referensi (*frame of references*) dan kesamaan pengalaman (*fiels of experience*) diantara anggota organisasi.

Dari pengalaman-pengalaman komunikasi organisasi yang terjadi, perlahan-perlahan akan membentuk suatu iklim komunikasi organisasi, iklim komunikasi organisasi merupakan persepsi-persepsi, mengenai pesan dan peristiwa yang berhubungan pesan yang terjadi dalam organisasi (Pace dan Faules, 2001).

Keberadaan iklim komunikasi organisasi, sangatlah penting. Karena iklim komunikasi organisasi dapat mempengaruhi cara hidup anggotanya, kepada siapa berbicara, siapa yang disukai, bagaimana kegiatan kerjanya, bagaimana perkembangannya, apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara beradaptasi. Pentingnya iklim komunikasi organisasi didasari oleh Redding. Bahkan ia menyatakan bahwa “iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif” (Pace & Faules, 2001:148). Di samping itu iklim komunikasi dalam organisasi mempunyai konsekuensi penting bagi pergantian dan masa kerja (*turn over*) pegawai dalam organisasi (Pace & Faules, 2001). Pentingnya keberadaan iklim komunikasi organisasi ini, membuat peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang iklim komunikasi organisasi.

“Organisasi merupakan suatu sistem, mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Dikatakan merupakan suatu sistem karena organisasi itu terdiri dari berbagai bagian yang saling tergantung satu sama lain” (Muhammad, 2007:24). Sebuah organisasi dituntut untuk mencapai tujuan bersama atau tujuan umum, sehingga memerlukan adanya suatu penerimaan dan pemaknaan pesan yang efektif karena organisasi terdiri dari berbagai bagian yang saling tergantung satu sama lain demikian pula dalam antar satu individu dengan lainnya. Sebelum mencapai tujuan bersama atau tujuan umum, tiap organisasi membutuhkan organisasi yang memiliki iklim komunikasi organisasi yang



baik, nyaman, dan kondusif, karena dapat memberikan dampak yang positif terhadap motivasi kerja karyawan dalam mencapai tujuan bersama.

“Iklim komunikasi organisasi meliputi persepsi-persepsi mengenai pesan dari peristiwa yang berhubungan dengan pesan yang terjadi di dalam organisasi” (Pace dan Faules, 2006). Iklim komunikasi organisasi dapat diputuskan sifatnya berdasarkan persepsi-persepsi pesan yang terjadi di dalam organisasi tersebut, seperti yang dijelaskan di paragraf-paragraf sebelumnya, bahwa komunikasi organisasi dapat dinilai keberhasilannya jika dapat memberikan dan menerima pesan dan makna secara efektif, seperti teori menurut Pace dan Faules (2006), menyatakan bahwa “alasan lain yang mendukung pentingnya iklim komunikasi organisasi adalah karena dengan adanya iklim komunikasi organisasi yang kondusif, nyaman, dan positif, maka akan dipercaya akan meningkatkan motivasi kerja dari para anggota organisasi atau karyawan perusahaan.

Perusahaan yang dipilih dalam penelitian ini adalah PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya. Adapun alasan peneliti memilih PT. Antar Surya Jaya sebagai tempat penelitian, dikarenakan tingginya tingkat *turn over* yang terjadi pada tahun 2007. Tingkat *turn over* yang terjadi pada tahun 2007 mencapai 17%, tingkat *turn over* tersebut mengalami peningkatan 10% dibanding tahun sebelumnya, 2006. Data *turn over* tersebut mengingatkan peneliti pada ungkapan Pace dan Faules seperti

yang tertulis pada alinea sebelumnya, yang mengatakan bahwa iklim komunikasi organisasi mempunyai konsekuensi penting bagi *turn over* pegawai.

PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang industri tas yang didirikan sekitar tahun 1997 terletak di Jalan Manukan Kulon No.51. Hingga saat ini perusahaan didukung oleh 115 karyawan yang tersebar di beberapa divisi. Selama ini, terlihat bahwa keadaan perusahaan terutama iklim komunikasi organisasi yang terdapat pada PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya terlihat baik-baik saja, akan tetapi secara fenomenologis beberapa masalah yang meliputi perusahaan tersebut. Berdasarkan survey pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti dengan karyawan dari bagian produksi dapat diketahui ada beberapa pegawai mengeluhkan pekerjaan secara informal: sikap mandor yang meremehkan pendapat dari karyawan, seperti mengenai usulan desain tas baru dari karyawan; dan kekurangtelitian mandor dalam membaca surat order yang diberikan oleh divisi produksi mengenai perlengkapan koper atau asesoris koper sehingga sering terjadi gagal produk; dan hubungan yang kurang harmonis antara divisi EVA dan divisi jahit sehingga kalau terjadi kesalahan tidak ada yang mau disalahkan. Dalam pelaksanaan operasionalnya seringkali ditemukan beberapa masalah yang mengganggu hubungan komunikasi di perusahaan. Masalah tersebut di antaranya kurangnya pendekatan pimpinan terhadap karyawan di kantor. Berdasarkan survey pendahuluan peneliti melakukan

wawancara dengan beberapa karyawan dari berbagai divisi. Menurut permasalahan yang sudah dijabarkan di atas, masalah yang sering dihadapi karyawan dan banyak keluhan-keluhan adalah dari divisi produksi, akan tetapi tidak hanya bagian divisi produksi saja yang mengeluhkan adanya sikap mandor atau pimpinan yang meremehkan pendapat atau saran dari bawahan, melainkan dari divisi-divisi lainnya. Dalam hal ini permasalahan yang muncul banyak datang dari karyawan bagian divisi produksi.

Selain itu adanya desas-desus yang menyebar di antara karyawan mengenai perampangan jumlah karyawan. Informasi yang kurang jelas tersebut menyebutkan bahwa salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi jumlah karyawan adalah proses mutasi karyawan ke perusahaan lain, dengan cara karyawan disuruh untuk membuat lamaran ke perusahaan tersebut kemudian diseleksi. Komunikasi yang kurang baik antara perusahaan dengan karyawan saat ini sangat mempengaruhi kinerja para karyawan, dan menyebabkan para karyawan khawatir akan kehilangan pekerjaan mereka. Pertemuan maupun pengarahan yang diharapkan dapat mengkomunikasikan berbagai permasalahan sangat jarang dilakukan perusahaan, sehingga semakin menambah kurang baiknya iklim komunikasi di perusahaan.

Masalah yang ditemukan tersebut dimungkinkan adanya iklim komunikasi yang kurang kondusif di dalam perusahaan sehingga timbul keluhan dari karyawan mengenai pekerjaannya dan mengenai sikap mandor serta kurangnya tanggung jawab atas hasil kerja. Padahal sebuah

perusahaan diharapkan dapat menciptakan iklim yang menimbulkan kenyamanan dan kepuasan dalam bekerja melalui kebijakan, struktur, dan prosedur kerja bagi orang-orang yang bekerja di dalamnya.

Untuk mendukung pelaksanaan penelitian ini, peneliti memerlukan responden. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah para karyawan tetap PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya. Dengan adanya keterkaitan secara langsung tersebut, mereka secara otomatis turut serta mempengaruhi iklim komunikasi organisasi yang terjadi, dan kinerja mereka secara langsung memiliki dampak terhadap perusahaan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut, permasalahan dalam penelitian ini “Bagaimanakah iklim komunikasi organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penulisan skripsi ini adalah “Untuk mengetahui bagaimanakah iklim komunikasi organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya?”

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini untuk berbagai pihak adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Memberikan tambahan referensi khususnya ilmu komunikasi organisasi yang berkaitan dengan iklim komunikasi organisasi.

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini juga dapat dijadikan masukan yang nantinya, dapat dijadikan, sebagai bahan evaluasi atas iklim komunikasi organisasi di PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya.

b. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau referensi untuk penetapan kebijakan PT. Graha Cendana Abadi Mitra Surabaya di masa yang akan datang.